COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 11 avril 2014

Mediametrie

L'audience de l'Internet mobile en France en février 2014

Jeux Olympiques de Sochi : forte progression du sport sur mobile

En février, les Français ont suivi les Jeux Olympiques d'hiver de Sochi sur leur téléphone mobile. Les sites et applications de la sous-catégorie « Sport » enregistrent une forte progression sur le mois avec 233 000 mobinautes supplémentaires par rapport au mois de janvier. Une progression notamment portée par le site et l'application dédiés Sochi2014.com ; la marque se hisse au 8ème rang des marques de sport les plus consultées en février 2014. Au total, 8 368 000 mobinautes ont consulté un site ou une application de sport ce mois-ci, soit plus d'1 mobinaute sur 4 (27,7%).

Ce sont majoritairement des hommes qui ont consulté ces sites et applications. Ils représentent 71,3% de l'audience de la sous-catégorie. Les 25-49 ans représentent également une grande partie de l'audience du sport sur mobile : 57,3%.

Top 10 des marques de la sous-catégorie « Sport »

L Equipe
Eurosport
Matchendirect.fr
Foot Mercato
Sports.fr
fff.fr
Orange Sports
Sochi2014.com
runtastic
Oxylane

En février, les mobinautes ont consulté, en moyenne, 5,7 applications et ont visité 33,6 sites distincts.

Plus de 9 mobinautes sur 10 (90,5%) ont visité au moins un site sur mobile et plus de 8 sur 10 (84,4%) au moins une application.
La mesure comprend 18 406 brands et 4 820 applications.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en février 2014



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Groupes

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Google	25 125
2	Facebook	18 945
3	Yahoo	11 258
4	Orange	10 511
5	Apple Computer	9 157
6	Wikimedia Foundation	8 318
7	Solocal Group	7 324
8	Dailymotion	7 156
9	Groupe Lagardere	6 506
10	Midasplayer.com	6 298
11	SFR	6 254
12	Schibsted	5 794
13	Groupe Amaury	5 310
14	Groupe Figaro	5 232
15	Microsoft	5 194
16	CCM Benchmark Group	5 097
17	Samsung Group	5 077
18	Groupe TF1	5 013
19	Bouygues	4 843
20	WEB66	4 842

Groupe ou Parent : Société actionnaire principale des brands qui lui sont rattachées. Le Parent consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Source : Médiamétrie – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Marques

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Google	21 374
2	Facebook	18 306
3	YouTube	17 502
4	Yahoo	11 162
5	Orange	9 966
6	Apple	9 157
7	Wikipedia	8 205
8	Dailymotion	7 156
9	King.com	6 298
10	SFR	6 206
11	PagesJaunes	6 012
12	Leboncoin.fr	5 785
13	Bouygues Telecom	4 821
14	Samsung Mobile	4 821
15	Shazam	4 771
16	AlloCine	3 822
17	Instagram	3 617
18	Deezer	3 486
19	Amazon	3 474
20	L Equipe	3 218

Marque ou Brand : Ensemble de domaines, sous domaines, pages et/ou applications appartenant à une même marque.

Source : Médiamétrie – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'audience de l'internet mobile en France en février 2014



mediametrie // NetRatings

Le Top 20 des Sites

Rang	Sites	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	Google	19 814
2	Facebook	18 170
3	YouTube	15 299
4	Wikipedia	8 181
5	Orange	8 010
6	Dailymotion	7 148
7	Leboncoin.fr	4 586
8	Apple	4 566
9	Yahoo	4 558
10	Bouygues Telecom	4 534
11	SFR	3 716
12	PagesJaunes	3 580
13	Amazon	3 335
14	France Televisions	2 954
15	auFeminin	2 939
16	Linternaute.com	2 893
17	AlloCine	2 656
18	Le Parisien	2 559
19	L Equipe	2 340
20	Le Figaro	2 276

Site : Un site est un ensemble d'URLs sur lequel un éditeur exerce une responsabilité éditoriale. La mesure mobile intègre les URLs des sites internet consultés à partir d'un téléphone mobile, qu'ils soient optimisés pour le téléphone ou non.

Source : Médiamétrie – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Le Top 20 des Applications

Rang	Applications	Visiteurs uniques par mois En milliers
1	YouTube	12 692
2	Yahoo	9 023
3	Google	8 790
4	Apple	7 718
5	King.com	6 285
6	Orange	4 842
7	Shazam	4 752
8	Samsung Mobile	4 675
9	SFR	4 436
10	Deezer	3 122
11	PagesJaunes	2 945
12	Bouygues Telecom	2 655
13	Instagram	2 636
14	Leboncoin.fr	2 029
15	L Equipe	1 963
16	Viber	1 862
17	La Chaine Meteo	1 835
18	AlloCine	1 806
19	Tele Loisirs	1 785
20	Zune	1 744

Application mobile : Une application mobile est un programme téléchargeable de façon gratuite ou payante et consultable à partir du système d'exploitation du téléphone. Dans la mesure mobile sont prises en compte les applications connectées au réseau opérateur (3G) et consultées à partir d'un téléphone.

Source : Médiamétrie – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Méthodologie

Innovation dans le monde de l'audience, la mesure de l'Internet mobile recense l'ensemble des connexions à l'internet mobile sur les réseaux de 3 opérateurs (Bouygues Telecom, Orange et SFR), modélise les autres opérateurs, et intègre une estimation statistique de la pratique en wifi.

Mesure de référence, la mesure d'audience de l'Internet mobile a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel).

Périmètre de la mesure

La mesure d'audience de l'Internet Mobile prend en compte les usages réalisés exclusivement à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS).

En complément, les résultats prennent en compte, par une estimation statistique, les usages réalisés via un réseau wifi. Cette estimation repose sur les résultats d'un échantillon de sites et d'applications mobiles fournis par des opérateurs site-centric. Ces résultats permettent d'identifier le gain d'audience apporté par les connexions réalisées via un réseau wifi. Un coefficient est ainsi déterminé afin d'estimer l'audience consolidée wifi + réseaux opérateurs, à partir de l'audience sans wifi donnée par la mesure.

Sont mesurés : les sites Internet - adaptés au mobile ou non - et les applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur).

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants ne font pas partie de la mesure : navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple) et navigation à partir du navigateur Opéra. Plusieurs applications et sites mobiles sont sécurisés au format https (réseaux sociaux, banques, assurances, mail..). Leur audience peut ne pas être prise en compte intégralement dans la mesure d'audience.

A partir des résultats de décembre 2013, le surf des abonnés « autres opérateurs » est modélisé dans la mesure. Le calcul du poids ainsi que du profil des autres opérateurs est réalisé sur la base de l'étude de cadrage Médiamétrie : Téléphonie et Services Mobiles. Les résultats « tous opérateurs » sont ainsi obtenus par l'application d'un coefficient statistique. Le niveau « tous opérateurs » devient le niveau de référence de la mesure.

Définitions

Mobinaute Dernier Mois : personne ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

Visiteurs Uniques : Nombre total de personnes ayant visité un groupe, une marque, un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée.

Source : Médiamétrie – Février 2014 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2013, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 75,2M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél : 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Adélie Ménager
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr